

## Perspektif Psikologi Islam dalam Dakwah Ramadhan di Televisi

Saliyo<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Institut Agama Islam Negeri  
Kudus, Kudus - Indonesia

### Article Information

Submitted: May 1, 2020

Revision: July 3, 2020

Accepted: August 12, 2020

Published: October 1, 2020

### Abstract

This article is the result of research on religious da'wah assistance on TV media during the month of Ramadan at Simpang 5 TV Pati, Central Java in the perspective of Islamic psychology. The purpose of this research is to find out the psychological problems and to motivate the da'i and da'iyat when preaching on TV media. In addition, it also aims to determine the effectiveness of religious preaching on TV media. The method used in this research is Participatory Action Research (PAR). The six stages of PAR research conducted by researchers, namely: learning in action, exploring problems, fact, finding and listening, knowing the actors, assessing option, and understanding system. The results showed that the psychological problems of preachers and dai'at who had never preached religion on TV when they wanted to preach on TV experienced anxiety, insecurity, and self-confidence. After providing assistance based on Islamic psychology, the problems that arise can be significantly reduced. One way to do this is by praying before appearing in front of the camera and doing more practice before appearing in front of the camera.

**Keywords:** Ramadhan da'wah; television; psychology; Islam

Artikel ini merupakan hasil penelitian pendampingan dakwah religi di media TV pada bulan Ramadhan di Simpang 5 TV Pati Jawa Tengah dalam perspektif psikologi Islam. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui permasalahan psikologis serta memberikan motivasi pada da'i dan da'iyat ketika melakukan dakwah di media TV. Selain itu juga bertujuan untuk mengetahui efektifitas dakwah religi di media TV. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu Participatory Action Research (PAR). Enam tahap penelitian PAR yang dilakukan peneliti yaitu *learning in action, exploring problems, fact, finding and listening, knowing the actors, assessing option, dan understanding system*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masalah psikologis para da'i dan dai'at yang belum pernah dakwah religi di TV ketika hendak berdakwah di TV mengalami kecemasan, minder, dan kepercayaan diri. Setelah dilakukan pendampingan berbasis psikologi Islam, masalah yang muncul dapat berkurang signifikan. Salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan berdoa sebelum tampil di depan kamera serta memperbanyak latihan sebelum tampil di depan kamera.

**Kata Kunci:** dakwah Ramadhan; televisi; psikologi; Islam

\*Korespondensi Penulis: Saliyo Saliyo, email: saliyo41876@gmail.com, Jl. Gondangmanis No. 51, Ngembal Rejo, Ngembalrejo, Kec. Bae, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59322.

Copyright © 2020 Saliyo

## Pendahuluan

Budaya pop saat ini menjadi penanda bagi “budaya populer”. Istilah tersebut populer disebut sebagai “*Cultural Theory and Cultural Popular*”. Budaya itu sering dianggap berlawanan dengan budaya masyarakat, budaya media masa, budaya kelas pekerja dan lain sebagainya. Storey menjelaskan bahwa budaya pop merupakan budaya komersial hasil karya manusia yang terpublikasikan pada media. Hasil karya budaya populer tersebut memiliki nilai nilai moral dan seni. Budaya tersebut mudah menyebar dan diterima oleh masyarakat.

Heryanto (Sofjan & Hidayati, 2013) mendefinisikan budaya populer sebagai hasil dari karya masyarakat industri. Budaya tersebut tampak dan praktis. Budaya tersebut terbentuk dan tersebar melalui teknologi media dan mudah diduplikasi dan diterima oleh masyarakat.

Robert M. Krauss dan Susan R Fussell’s telah melakukan penelitian tentang karakteristik komunikasi interpersonal dengan latar belakang multidisiplin keilmuan. Temuan penelitiannya membantu untuk mengembangkan komunikasi interpersonal dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, sarjana psikiatri dari Amerika, Jurgen Ruesch, mengidentifikasi komunikasi manusia dengan latar belakang berbagai disiplin ilmu antara lain arsitektur, antropologi, psikologi, politik dan ilmu yang lainnya (Ramaraju, 2012).

Apabila dikaji secara mendalam sebenarnya manusia tidak hidup dalam dunia yang faktual. Manusia hidup dalam dunia rekaan/

imjinasi. Tentunya dengan sudut pandangnya masing-masing. Secara terus menerus dan secara subjektif manusia mengkonstruksi dunia mereka sesuai dengan ilmu pengetahuan yang mereka miliki. Konstruksi tersebut melalui negosiasi manusia dengan masyarakat. Konstruksi tersebut dapat diterima dan dapat ditolak. Apabila diterima oleh masyarakat umum, maka budaya tersebut akan menjadi gaya hidup dalam perilaku sehari-hari. Hasil tersebut akan berefek pada banyak segi di antaranya, dalam segi ekonomi, kepuasan, etika, dan perilaku yang lain yang dapat condong pada perilaku positif ataupun negatif. Dalam konteks ini agama dan media berpengaruh signifikan.

Agama, di Belanda, dijelaskan bahwa memiliki peran utama dalam kehidupan manusia. Agama yang mereka yakini dapat membantu pemeluknya untuk mendefinisikan kehidupan manusia yang tidak nyata menjadi nyata. Walaupun konstruksi tersebut bersifat subjektif pada masing-masing manusia. Walaupun demikian ketika seseorang masih memahami dunia secara sekuler, maka agama tidak akan membantu mempersepsikan dunianya. Mereka lebih mengutamakan pada pemikiran yang mereka yakini kebenarannya (Koenig, n.d.).

Hasil penelitian *broadcasting Independent Broadcasting Authority* (IBA) di Inggris menunjukkan bahwa terdapat program bernama *Godwatching: Viewers, Religion, and Television*. Penelitian tersebut menggunakan survei mendalam. Perbandingan sikap dan religiusitas seseorang terhadap program religi yang ada di Televisi (TV) pada tahun 1960 dengan 1980 menjadi substansi dari penelitian tersebut. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa ada kemunduran keimanan pada kelompok gender. Bagaimana-pun istilah siaran religius di TV masih memiliki ruang untuk diperdebatkan. Mayoritas responden yang disurvei dikategorikan pada dua hal. Pertama, program siaran agama di TV akan memperkuat keimanan. Kedua, pada seseorang yang memiliki pandangan sekuler maka, orang tersebut akan mengikuti pandangannya sendiri. Mereka berpandangan acara religi di TV sama halnya dengan khotbah dan konversi agama. Memang TV agak kesulitan untuk menampilkan program agama yang diterima oleh orang-orang sekuler (Noonan, 2008).

Pada belahan dunia lain, hasil survei di Iran menunjukkan bahwa 90% penduduk Iran dalam setiap harinya menonton TV. 70% penduduk Iran menonton TV dalam setiap hari selama dua jam. Acara hiburan ketika ada waktu senggang sebanyak 50%. Program lain yang ditonton oleh penduduk Iran sebagian adalah berita dan hiburan yakni sebanyak 25%. Hal yang menarik dalam tontonan TV tersebut bahwa masyarakat Iran sebanyak 96% tertarik pada acara tayangan TV dengan program religi, dengan porsi 70% acara religi yang berkaitan dengan masyarakat.

Problematikanya ialah apa yang menjadi penyebab ketertarikan pemirsa pada acara religi, meskipun acara tersebut memiliki nilai pendidikan yang rendah? Jawabannya adalah bahwa seiring dengan berkembangnya umur dan kematangan religi maka, anak tersebut semakin membutuhkan pada informasi agama

Penduduk Iran hampir semuanya memberikan respon positif pada tayangan TV religi. Apalagi program religi yang menghibur

penonton dan memuaskan pemirsanya. Meskipun demikian, bukan berarti program religi di Iran tidak memiliki masalah, utamanya persoalan isi dan selingan hiburan dalam program religi yang ada di TV (Bahonar, n.d.).

Uraian tersebut menandakan bahwa TV merupakan sarana hiburan dan komunikasi ilmu pengetahuan yang dapat dengan mudah diserap oleh pemirsanya. Apabila program program TV dapat menyajikan program yang positif maka, secara tidak langsung program TV tersebut memberikan stimulus ataupun informasi yang positif pada informannya. Sebaliknya apabila TV memberikan program yang negatif, maka akan merangsang pada pemirsanya untuk melakukan sesuatu yang negatif.

## Metode

Artikel ini merupakan hasil dari kegiatan penelitian *Participatory Action Research* (PAR). Metode PAR digunakan dengan dialog dan keterlibatan aktif peneliti dalam rangka meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat untuk bertindak. Dalam konteks sejarah ilmu pengetahuan penelitian *Participatory Action Research* (PAR) dilhami karya Paulo Freire dalam bukunya *Pedagogy of the Oppressed* (1968), serta praktik dan pengalaman kegiatan penyadaran di Amerika Latin. Freire menyatakan bahwa mereka yang tertindas, miskin, minoritas diharapkan mampu melaksanakan analisis sendiri dan memiliki kesadaran untuk mengetahui arah kebutuhan untuk membangun sendiri, lingkungannya dengan kemampuan dan kepercayaan dirinya (Chambers, 1996).

Memaknai partisipatif dalam penelitian pendampingan adalah penelitian kegiatan yang dirancang oleh masyarakat sendiri. Namun, kegiatan tersebut difasilitasi oleh orang luar, bukan sebaliknya, dalam pembangunan yang merancang orang luar, difasilitasi oleh masyarakat. Masyarakat terlibat langsung dalam kegiatan tersebut. Hal tersebut agar hasil pembangunan tidak ada ketimpangan (Sya'roni, 2009).

Untuk melaksanakan *Participatory Action Research* (PAR) ada enam langkah yang perlu dilaksanakan oleh peneliti. Pertama *learning in action*. Langkah tersebut dilakukan peneliti bersama masyarakat dengan perencanaan, penyelidikan, evaluasi, pelatihan dan pemetaan. Kedua, *exploring problems*. Dalam langkah tersebut peneliti membuat stori yang berisikan jadwal waktu, tanggapan masyarakat, dan sumber pemetaan. Untuk sampai pada sumber utamanya maka, ada filosofi permasalahan pohon, gap dan konflik, kekuatan di masyarakat dan hal yang tidak semestinya (*paradox*). Ketiga, *fact, finding and listening*. Peneliti mengetahui fakta, temuan dan mendengarkan apa yang ada pada masyarakat dan suara dari masyarakat.

Keempat, *knowing the actors*. Tahap ini peneliti melakukan identifikasi stakeholders, melakukan analisis sosial, kekuatan, dan keterarikan masyarakat. Kelima *assessing option*. Langkah ini peneliti melakukan ideal skenario. Pada sisi yang lain apabila tidak maksimal juga melakukan sabotase ataupun penghentian. Peneliti juga melakukan negosiasi, memberikan dukungan. Keenam langkahnya adalah *understanding system*. Memahami sistem artinya

peneliti melakukan analisis domain. Domain yang dianalisis adalah ekologi, aktivitas, problem, pilihan, dan domain sosial (Chevalier & Buckles, 2013).

Artikel ini merupakan hasil penelitian penayangan dakwah ramadhan di Stasiun Simpang 5 TV Pati dan Jateng dalam perspektif Psikologi Islam. Psikologi Islam merupakan pengembangan dari ilmu psikologi. Psikologi Islam mengkaji perilaku manusia berdasarkan ajaran agama Islam yang ada dalam al-Qur'an dan hadist serta dasar dasar agama Islam yang lain. Kajian ini menarik setiap manusia yang memiliki keimanan atau keyakinan akan cenderung berperilaku sesuai dengan agama yang diyakininya sebagai dasar ataupun pijakan dalam setiap melangkah.

Hal yang menarik lain tema bidang psikologi Islam dipilih, karena menyaksikan tayangan religi di TV dapat dijadikan sebagai sarana untuk meningkatkan kesejahteraan psikologi seseorang. Alasannya karena manusia memiliki kebutuhan tersebut yaitu kebutuhan rokhani. Manusia terdiri dari jasmani dan rokhani. Kebutuhan jasmani manusia dipenuhi dengan materi yaitu makan, minum dan seks. Apabila kebutuhan tersebut tidak terpenuhi dengan baik maka orang tersebut akan mengalami sakit. Begitu juga kebutuhan rokhani yang dimiliki oleh seseorang. Apabila seseorang tidak dapat memenuhi kebutuhan tersebut maka orang tersebut akan sakit. Sakit rohani bersifat psikologis. Sebagai contoh orang akan lebih banyak galau, stress, tidak akan pernah merasa puas dengan kehidupannya.

## Hasil

### Pelaksanaan Dakwah di Televisi

Artikel ini merupakan hasil penelitian PAR mengangkat dengan tema penguatan program studi Komunikasi Penyiaran Islam tahun 2019. Kegiatan penelitian tersebut terwujud dalam penelitian program kultum dan tausiyah di stasiun Simpang 5 TV Pati dan Jateng. Selanjutnya, artikel tersebut dikaji dalam tinjauan Psikologi Islam. Penulis mengkaji riset tersebut karena program tersebut merupakan yang pertama kali dilaksanakan dan secara psikologis, dari sisi mental, terkadang seseorang belum terbiasa tampil di depan layar kaca. Keadaan yang demikian terkadang menjadikan seseorang membutuhkan keberanian tersendiri. Kondisi itu juga mengharuskan penulis untuk memberikan motivasi untuk berani tampil mengisi program religi di TV.

Media masa dipahami sebagai sarana alat komunikasi. Bentuk bentuk media dapat berupa koran, majalah, radio, spanduk, poster dan TV. Lebih jelas lagi bahwa media masa memiliki arti sebagai sarana yang resmi untuk saluran komunikasi, informasi dan pengetahuan kepada masyarakat. Media elektronik juga sebagai sarana penghubung untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dengan menggunakan alat elektronik modern percepatan informasi kepada masyarakat bisa dilakukan.

Media memiliki peran yang sangat penting pada kehidupan manusia. Media memiliki fungsi sebagai hiburan, pendidikan dan sarana penyebaran pengetahuan yang positif, meskipun eksese negatif media juga selalu muncul. Apabila dilihat dalam teori ekonomi, media

bukan hanya menjadi kebutuhan tersier, namun media menjadi kebutuhan primer yang sejajar dengan sandang, makan dan papan.

Tujuan utama dikembangkannya media adalah untuk memberikan kemudahan bagi manusia. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, menurut Jalaludin Rahmat, kebutuhan akan TV menjadi kebutuhan yang utama, seperti kebutuhan manusia terhadap Tuhan yang pertama (*The First God*). Kebutuhan masyarakat akan berita (media masa) tidak terelakkan lagi. Tayangan media mampu menggeser kegiatan aktivitas masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, sebagai representasi kebutuhan dirinya (Akhyar, n.d.).

Ada beberapa materi yang ditayangkan dalam acara dakwah religi di Stasiun Simpang 5 TV Pati dan Jateng. Pemilihan tema didasari atas keputusan bersama antara peneliti dan narasumber. Tema-tema tersebut diharapkan diterima dan menarik bagi pemirsa TV, antara lain: "Marhaban ya Ramadhan", "Puasa dan Kepemimpinan", "Muhasabah", "Puasa sebagai Tazkitayun Nafs", "Manfaat Membaca Al-Qur'an di Bulan Ramadhan", "Mengetuk Pintu Hati dengan Maaf", "Puasa sebagai Metamorfosis Diri", "Nuzul Qur'an", "T'itikaf di Bulan Ramadhan", "Meneguhkan Kembali Keimanan di Bulan Ramadhan", "Pahala Shalat Tarawih dan Perbedaan Rakaat Shalat Tarawih", "Keutamaan 10 Hari Terakhir Ramadhan", "Hikmah Lailatul Qodr", "Ladang Pahala bagi Perempuan di Bulan Ramadhan", "Meningkatkan Sedekah di Bulan Ramadhan", "Penetapan Awal Bulan Hijriyah dengan Metode Hisab dan Rukyah", "Ramadhan bulan al-Qur'an", "Sunnahnya Berbuka di Bulan Ramadhan", "Tetap Belajar di Bulan Rama-

dhan”, “Hikmah Mudik”, “Zakat Fitrah”, “Ramadhan sebagai Terapi Sosial”, “Menjaga Diri dan Keluarga dari Makanan Haram”, “Penyakit Dunia”, “Qiyamul Lail”, “Berlaku Ihsan”, “Mudik dan Silaturahmi”, “Menuju Ibadah Puasa Berkualitas”, “Dimensi Kemanusiaan Zakat”, dan “Sunnah-Sunnah di Hari Idul Fitri.”

Tema tersebut disajikan dalam tayangan Simbang 5 TV. Program tersebut diharapkan mampu menjadi penyejuk jiwa dan meningkatkan iman masyarakat pada bulan Ramadhan. Penayangan dakwah religi di media Simbang 5 TV dengan kemasan nama program “Berkah Ramadhan”. Apalagi bulan Ramadhan merupakan bulan yang penuh berkah dan ampunan.

Bulan puasa merupakan bulan yang penuh berkah. Seseorang yang meyakini dapat mengonversinya menjadi kepuasan dan kebahagiaan. Hal yang demikian juga merupakan kesejahteraan psikologis. Menurut Compton untuk mengkaji tentang kesejahteraan psikologis perlu mengkaji literatur kesejahteraan subjektif, pola kepribadian untuk mengelola stress, dan model perkembangan rentang kehidupan yang fokus pada perkembangan yang optimal.

Menurut Diener, Oishi & Lucas kesejahteraan subjektif merupakan salah satu kajian dalam psikologi positif. Kesejahteraan subjektif dipahami sebagai fenomena yang meliputi evaluasi kognitif dan emosional individu terhadap kehidupan mereka. Keadaan yang demikian dikenal orang sebagai kebahagiaan, ketentraman, dan kepuasan hidup. Pemahaman mengenai kesejahteraan yang lain menurut

Dush dan Amato merupakan keadaan seseorang yang stabil. Keadaan tersebut merefleksikan tingkat individu yang mengalami efek positif dan pandangan pada kehidupannya yang menyenangkan (Utami, 2009).

Selain sebagai alat komunikasi, televisi juga menjadi sarana bisnis. Bisnis tersebut juga memiliki tujuan profit. Acara TV dikatakan sukses apabila mendapatkan rating yang baik. Dari sanalah keuntungan bisa diperoleh. Rating merupakan indikator jumlah orang yang menonton ataupun menyukai acara tersebut. Semakin banyak yang menonton, maka semakin tinggi rating acara tersebut. Hasil penelitian di Amerika menunjukkan bahwa rata-rata orang Amerika dalam sehari menghabiskan waktunya untuk menonton TV sebanyak 9 jam 35 menit. Jumlah penduduk yang menghabiskan waktu untuk menonton TV sebanyak 60%. Hal itu membuktikan bahwa TV masih menjadi *media darling* masyarakat Amerika.

Eksistensi media di Indonesia pelaksanaannya diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002. Penyiaran televisi merupakan media komunikasi masa yang menyalurkan gagasan informasi dalam suara dan gambar secara umum baik yang dilakukan secara tertutup ataupun terbuka dan dilaksanakan secara teratur dan berkesinambungan. Secara filosofis lembaga penyiaran memiliki pengaturan. Aturan tersebut berdasarkan pada: Pertama, Negara menjamin hak setiap warga Negara untuk bebas berekspresi dan mengeluarkan pendapat melalui media penyiaran.

Kedua, industri siaran dalam siarannya menggunakan spektrum radio yang merupakan

milik publik dan digunakan sebanyak-banyaknya untuk kemakmuran rakyat. Ketiga, sistem penyiaran nasional harus digunakan dengan secara seimbang adil dan merata. Keempat, lembaga penyiaran dilaksanakan memiliki kebebasan dan bertanggungjawab. Kelima siaran yang disiarkan secara serentak berdampak pada pembentukan pendapat, sikap dan perilaku khalayak, sehingga, penyelenggara bertanggungjawab dalam menjaga nilai moral tata susila budaya dan kepribadian bangsa dan kesatuan bangsa sesuai Pancasila sila pertama dan kedua. Menurut McQuail, media memiliki fungsi bagi masyarakat yakni: Pertama, fungsi informasi. Kedua, media memiliki korelasi. Ketiga, media memiliki fungsi berkelanjutan. (Herawati, 2014).

Selain program “Berkah Ramadhan”, penelitian program pemberdayaan juga menyoal program “Top up Iman” (*Tumon*). Program dakwah tersebut didesain oleh mahasiswa dan dari pihak Simpang 5 TV dengan model program interaktif. Program ini diantarkan oleh seorang moderator untuk memandu jalannya acara. Terdapat sesi tanya jawab yang diberikan oleh moderator kepada narasumber. Jalannya acara program tausiyah *Tumon* ialah sebagai berikut: Pertama, moderator mengantarkan acara terlebih dahulu dan menyapa para pemirsa Simpang 5 TV. Selanjutnya pada langkah kedua narasumber menjelaskan materi yang akan disampaikan. Acara yang ketiga moderator memberikan pertanyaan pada narasumber seputar permasalahan yang disampainya. Kemudian penutup dan kesimpulan yang diberikan oleh narasumber ataupun moderator.

Kemasan acara program tausiyah cukup menarik. Acara tausiyah disampaikan sambil duduk dan dilanjutkan dengan tanya jawab. Acara tersebut cukup komunikatif. Kemasan acara religi yang merupakan kreativitas dan pengembangan dari program “Berkah Ramadhan” ditayangkan dengan model kuliah tujuh menit (kultum). Catatan yang terpenting adalah penyajian program acara religi baik program tausiyah ataupun kuliah tujuh menit tidak membosankan. Kepuasan itu disebabkan oleh inovasi dari setting, konten atau promosi program.

Hasil pengambilan gambar dalam program tausiyah ketika tayang di Simpang 5 TV Pati yang pertama kali adalah gambar kubah Masjid. Selanjutnya muncul gambar nama program yaitu Tausiyah *Tumon*. Cara demikian agar para pemirsa mudah mengingat program tersebut, sehingga, masyarakat selalu tertarik dan *interest* pada program acara.

Di Indonesia penayangan siaran di TV dijamin Undang-Undang. Budaya populer Islami menjadi salah satu jenis tayangannya. Sebagai contoh produksi karya sastra yang diangkat dalam tayangan TV seperti, *Perempuan Berkalung Serban* yang populer tahun 2001, *Ayat Ayat Cinta* (2004), *Laskar Pelangi* (2005), *Negeri Lima Menara* (2009) (Sofjan, D., & Hidayati, 2013).

Media TV sebagai sarana alat komunikasi dianggap memiliki peran yang sangat penting tidak hanya secara lokal dan nasional, melainkan secara globalpun memiliki peran yang sangat penting. Contohnya di Turki. Turki termasuk Negara yang mayoritas muslim.

Masyarakat Turki menganggap TV memiliki peran yang sangat penting sebagai sarana informasi berita ataupun sarana pengetahuan agama. Lebih maju lagi TV memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan informasi politik, social-ekonomi, agama dan stabilitas negara. TV tidak hanya memberikan kontribusi pada pemirsannya secara individual, akan tetapi, memberikan informasi pengetahuan secara kelompok.

Penggunaan teknologi penyiaran memberikan kontribusi pada pemirsannya mengenai pendidikan dan pemahaman agama. Pemahaman agama dari model pemahaman tradisional sampai pada pemahaman yang modern dapat dinikmati melalui TV. Pemahaman agama secara modern perlu bagi masyarakat dengan menggunakan tambahan teori ilmu pengetahuan dari berbagai bidang (Bicer, 2011).

#### **Tayangan Religi Simpang Lima TV di Bulan Ramadhan dalam Perspektif Psikologi Islam**

Peneliti melakukan pendalaman dalam kegiatan pada Bulan Ramadhan di Simpang 5 TV Pati dan Jawa Tengah bersama informan. Peneliti memutarakan tayangan tersebut yang telah direkam. Peneliti meminta informan untuk menonton bagaimana hasil dari tayangan tersebut untuk dakwah ramadhan di Simpang Lima TV Pati dan Jawa Tengah. Kebetulan informan yang pertama adalah seorang narasumber dari pengisi acara kuliah tujuh menit pada program “Berkah Ramadhan” dan tausiyah pada program “Top Up Iman” (*Tumon*). Peneliti menanyakan sikap dan mental Bapak M (nama narasumber). Peneliti menanyakan

persiapan Bapak M saat akan tampil menjadi narasumber materi religi.

Menurut hasil wawancara Bapak M merasakan kondisi kurang tenang, grogi dan kurang percaya diri menghadapi kamera. Hal itu terjadi karena situasi dan suasana baru bagi Bapak M. Namun, karena mendapatkan motivasi ataupun dorongan maka, perasaan grogi atau kurang percaya diri dapat teratasi.

Pertanyaan kedua peneliti pada narasumber M menyentuh ada persoalan konten atau isi materi yang disampaikan. Menurutnya, materi yang disampaikan mengenai perilaku dan keutamaan masalah ibadah di bulan puasa. Materi tersebut ditujukan lebih pada sentuhan kognitif, afektif dan psikomotorik. Sentuhan kognitif ditujukan pada materi tentang pengetahuan agama. Pengetahuan tersebut berisi tentang etika, syari’at, dan tauhid, etika tentang adab pergaulan, syari’at yang berkaitan dengan fikih terutama masalah puasa, tauhid yang berhubungan dengan mengesakan Allah.

Persoalan ibadah atau hubungan manusia dengan Tuhan disampaikan secara umum. Utamanya problematika makna religi (*religion*) yang diperoleh seseorang. Menurut Ferm kata *religion* berakar pada bahasa latin yaitu *religere*. *Religere* memiliki arti menjadi terikat. Berarti seseorang beragama menjadikan dirinya terikat. Kata yang lain *religion* berasal dari kata *relegere* yang memiliki arti kebersamaan. Makna yang lebih jelas adalah bahwa *relegere* memiliki makna hubungan dengan Tuhan apabila menginginkannya.

Sedangkan, tema-tema dalam psikologi sebenarnya banyak membicarakan pengalaman

hubungan seseorang dengan Tuhannya. Menurut Greeley tema-tema tentang hubungan manusia dengan Tuhannya berupa pengalaman pribadinya. Stark menggambarkan bahwa pengalaman beragama merupakan interaksi manusia dengan Tuhannya. Dalam perspektif psikoanalisis digambarkan dengan hubungan diri dengan yang lain. Di samping itu, Guntrip berkata lain. Menurutnya pengalaman beragama merupakan pengalaman banyak ekspresi dari manusia secara alamiah sebagai kebutuhan manusia yang utama ketika berhubungan dengan Tuhannya. Agama merupakan objek manusia dalam kehidupan sehari-hari bersama Tuhannya (Kirkpatrick, 2005).

Pertanyaan selanjutnya peneliti tentang bagaimana efektifitas dakwah TV pada pemirsa. Menurut Bapak M dakwah di TV sangat efektif. Alasannya karena TV merupakan media yang menembus banyak pemirsa. Keadaan itu dikarenakan TV merupakan menjadi kebutuhan primer manusia, sehingga pengaruhnya cukup besar bagi kesadaran dan perkembangan jiwa manusia.

Pertanyaan selanjutnya ialah bagaimana kondisi psikologis masyarakat pasca menyaksikan dakwah religi di TV. Apakah menyaksikan dakwah yang demikian memiliki dampak secara psikis pada seseorang? Menurut Bapak M, menyaksikan dakwah di TV secara psikologis bagi pemirsa memang banyak keuntungannya. Pertama menambahkan pengetahuan dan keimanan. Selanjutnya menikmati dan meresapi pengetahuan agama di TV dapat dilakukan tanpa mengganggu privasi.

Temuan tersebut kemudian dianalisis dalam perspektif Psikologi Islam. Temuan di atas merupakan keadaan rileks seseorang ketika menyaksikan acara hiburan TV di rumah. Masalahnya kegiatan tersebut juga bagian dari rileks ataupun relaksasi seseorang dan ditambah dengan keyakinan keimanan seseorang. Memahami lebih dalam lagi tentang situasi rileks dalam al-Qur'an ada bahasa "*adh dhohku*". Kata tersebut memiliki makna tertawa. Di dalam al-Qur'an kata tersebut disebutkan sebanyak sepuluh kali dengan berbagai keadaan (al Syarwi, 2016).

Allah berfirman dalam al-Qur'an surat 'Abasa (38-39): *Pada hari kiamat itu ada wajah yang berseri seri tertawa dan gembira ria (Q.S. 'Abasa: 38-39)*. Ayat tersebut merupakan penjelasan kejadian kiamat yang tidak bisa ditangkap dengan indera. Hanya orang-orang yang memiliki keimanan yang percaya dan meyakinkannya. Sehingga, umat manusia senantiasa berlomba dalam kebaikan dan amal soleh.

Manusia membutuhkan berbagai macam kebutuhan, seperti kebutuhan makanan dan pakaian, istirahat, seksual. Kebutuhan yang lain adalah kebutuhan psikis manusia, seperti kebutuhan keamanan, ketentraman, persahabatan, penghargaan, dan cinta kasih. Manusia terdorong untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Bila seseorang tidak berhasil memenuhi kebutuhan tersebut orang tersebut dapat merasakan kecemasan dan kekecewaan.

Dalam perspektif psikologis, kondisi semacam itu dapat menjadikan manusia untuk selalu mendekatkan diri dengan agama dan Tuhan yang diimani. Mendekatkan diri kepada

Tuhan atau yang dinamakan dengan perilaku religius dalam posisi yang demikian merupakan kebutuhan manusia. Pertanyaan yang muncul kemudian apakah hal itu merupakan kebutuhan fungsional atau hanya kebutuhan untuk mencapai kepuasan saja? Sigmund Freud mengajukan argumen bahwa agama merupakan kebutuhan fungsional. Agama dapat menjadi kebutuhan psikis manusia (Ofm, 1998).

Banyak kajian psikologi berkaitan dengan kesejahteraan psikologis seseorang atau dalam bahasa psikologi dikenal dengan *psychological well being*. *Psychological well being* merupakan pengalaman manusia secara individu. Pengalaman tersebut tergambarkan dengan perasaan yang sehat dan bahagia, kepuasan hidup, relaksasi, pengalaman yang menyenangkan, perdamaian dalam pikiran seseorang. Pengalaman tersebut ditemukan oleh seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Pengalaman yang negatif dalam kehidupan sehari-hari adalah pengalaman ketegangan seperti kecemasan, depresi, stress, frustrasi, kelelahan emosi, tidak bahagia dan tidak ada kepuasan. Penelitian-penelitian psikologi sekarang banyak menemukan bahwa agama dapat memberikan efek positif pada penganutnya.

Dalam psikologi Islam terdapat kata *an-nafs*. Kata tersebut dalam hadist nabi dikaitkan dengan hubungan hamba manusia dengan Tuhannya. Hal yang demikian dikemukakan oleh Syeikh Muhamad Amin al-Kurdi al-Irbily as-Syafi'i, Mazhab Tarekat Naqsabandiyah dalam kitab "*Tanwirul al-Qulub*." Menurutnya bahwa ketika seseorang manusia mengetahui dirinya (*an-nafs*) maka orang tersebut akan

mengetahui Tuhannya. Hal yang demikian sebagaimana dalam hadis nabi "Barang siapa yang mengetahuinya diri (psikisnya) maka, orang tersebut akan mengetahui Tuhannya.

Dia menegaskan dalam penjelasannya bahwa seseorang yang mengetahui dirinya lemah, rusak, hina dan tidak kuat, maka orang tersebut akan mengetahui Tuhannya. Bagaimana sifat-sifat Tuhannya. Tuhannya memiliki sifat yang kekal, kuat, dan memiliki keagungan. Sebaliknya apabila seseorang bodoh dengan dirinya maka, secara otomatis orang tersebut akan bodoh dengan pengetahuan tentang Tuhannya (Al-Irbily, n.d.).

Ukuran seseorang dapat mengetahui Tuhannya adalah bagaimana orang tersebut selalu bersyukur dan tidak *kufur* (ingkar) terhadap nikmat-nikmat Allah. Hal yang demikian telah ditegaskan dalam firman Allah surat *Al-Baqarah* (2 : 152): *Karena itu ingatlah kamu kepada-Ku, niscaya Aku ingat pula kepadamu, dan bersyukurlah kepada-Ku, dan janganlah kamu mengingkari kepada-Ku.*

Memahami ayat di atas menurut Imam Nawawi, mengutip Ibnu 'Abbas dalam kitab *Riyadhu as Sholihin*, bahwa '*udz-kurni*', mengingat Allah adalah dengan cara taat terhadap perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya. Orang yang selalu taat kepada Allah, maka Allah akan senantiasa memberikan pertolongan kepada hamba-Nya. Penjelasan tersebut diperkuat dengan hadist Rasulullah Saw: *Dari Zaid ibnu Aslam. Sesungguhnya Musa 'alaihissalam berkata; Ya Tuhan bagaimana cara saya bersyukur kepada-Mu? Allah menjawab pertanyaan Musa. Ingatlah Aku dan jangan melupakan Aku.*

*Apabila kamu melupakan-Ku, maka niscaya kamu telah ingkar kepada-Ku (Al-Nawawi, n.d.).*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komitmen agama seseorang akan meningkat pada kesehatan mental seseorang dan kesejahteraan psikologisnya atau *psychological well being*. Komitmen seseorang terhadap kesadaran religinya juga akan mengurangi tingkat stress dan kecemasan seseorang. Sebaliknya tidak komitmennya seseorang pada agama akan mempermudah seseorang untuk mengalami gangguan psikologis (Joshi, S., Kumari, S., & Jain, 2008).

Guna memperdalam hasil dari kegiatan pendampingan dakwah religi di TV di bulan Ramadhan dalam perpektif psikologi, peneliti menggali data pada pemirsa dengan seorang informan. Informan diminta untuk melihat video yang ditayangkan di Simpang 5 TV Pati dari hasil dakwah ramadhan di TV. Peneliti menayangkan hasil tersebut dan diputar ulang. Peneliti meminta informan untuk menyaksikan hasil dari karya pendampingan acara dakwah ramadhan di Simpang 5 TV Pati dengan acara Kuliah Tujuh Menit pada program “Berkah Ramadhan”

Narasumbernya ialah perempuan dengan inisial S. Apabila dilihat dari pakaianya, narasumber S tersebut menggunakan pakaian yang cukup serasi juga cukup tepat untuk digunakan pada acara keagamaan. Menurut pemirsa, penampilan narasumber S untuk diambil gambarnya di depan kamera dan ditayangkan di stasiun TV cukup menarik.

Metode penyampaian narasumber S ketika di depan kamera juga peneliti kaji. Apakah

narasumber menyampaikan dengan komunikatif atau kurang inetraktif? Menurut pemirsa bahwa apa yang disampaikan oleh narasumber S ketika di depan kamera dan ditayangkan dalam TV cukup komunikatif. Akan tetapi, menurut salah satu informan, gerak tubuhnya atau ekspresinya monoton, kurang variatif. Selain itu, mimik wajah juga peneliti kaji pada narasumber M. Menurutnya bahwa wajahnya datar-datar saja dan kurang ekspresif. Suara narasumber S pada saat menyampaikan acara juga cukup jelas dan merdu. Akan tetapi, satu-satunya kekurangan ialah kurang senyum.

Pertanyaan yang lain pada informan ini adalah pertanyaan tentang materi yang dibawakan oleh narasumber S. Menurut informan memang cara menyampaikannya dari narasumber S cukup baik. Suaranya juga merdu dan penyampaiannya juga sistematis sehingga materi tersebut mudah dipahami. Materi tersebut juga cocok untuk disampaikan pada bulan puasa.

Pertanyaan yang lain yang tidak kalah pentingnya adalah bagaimana menurut informan apakah dakwah di TV efektif atau tidak sebagai sarana dakwah? Menurutnya bahwa dakwah di TV kurang responsif. Dakwah yang dilakukan di TV kurang memicu penonton untuk melakukan interaksi.

Media TV ataupun media yang lain juga dapat menjadi alat komunikasi yang dapat memperkuat keagamaan seseorang. Media dapat menjadi sumber utama untuk meningkatkan komitmen agama seseorang. Media dapat mengambil peran untuk menayangkan program genre, budaya populer. Media dapat bermanfaat

sebagai pembimbing moral dan pembimbing spiritual ataupun agama. Hasil penelitian di Denmark bahwa media mampu menjadi sumber utama acara agama menjadi populer dan ketertarikan seseorang pada spiritual agama.

Di negara Denmark terdapat TV dokumenter yang menayangkan program Ghost-hunter pada tahun 1996. Program tersebut berkaitan dengan supranatural, paranormal dan isu agama. Di negara yang sama, pada sebuah TV nasional juga menayangkan program Ghost, reinkarnasi. Program tersebut dengan nama *The Power of Spirit and Travelling with The Soul* di samping menayangkan *The Sixth Sense* (Hjarvard, 2008).

Ulasan di atas dapat dipahami bahwa TV memiliki peran strategis untuk menayangkan program religi. Program tersebut sangat bermanfaat secara psikologi bagi setiap pemeluk agama yang meyakini. Program tersebut juga memberikan kontribusi kesejahteraan psikologis bagi pemirsa yang menonton. Media sebagai salah satu institusi dapat merubah lingkungan dan mengangkat budaya populer yang ada pada masyarakat. Bersyukur atas nikmat Allah dan menjalankan perintah-Nya serta menjauhi larangannya merupakan bagian dari kesejahteraan psikologis atau dikenal dengan *psychological well being*. Seseorang yang taat beragama dalam psikologi Islam (taat kepada Allah) maka orang tersebut telah menemukan *psychological well being*. Salah satu cara menemukan *psychological well being* adalah dengan mendapatkan ilmu agama Islam melalui tayangan dakwah religi di TV.

Dalam perspektif psikologis peneliti menanyakan bagaimana acara dakwah religi di Simpang 5 TV bermanfaat secara psikologis atau tidak. Menurutnya bahwa acara tersebut dapat menambah wawasan. Acara dapat dinikmati karena ditayangkan di TV dengan santai dan privasi. Acara tersebut juga dapat menambah keimanan.

Uraian di atas apabila dikaji secara mendalam dalam psikologi dapat melihat perkembangan para pendiri *American Psychology*. Artinya bahwa para ilmuwan psikologi di Amerika telah mengkaji perilaku seseorang berdasarkan latar belakang agama. Hal yang demikian juga sudah banyak diterapkan dalam prinsip-prinsip keilmuan dalam penelitian ataupun dalam pengembangan ilmu. Di antara ilmuwan yang tertarik pada kajian psikologi dengan latar belakang agama adalah William James (1842-1910) dari Harvard, G.Stanley Hall (1844-1924) dari Clark University. Generasi selanjutnya para ilmuwan psikologi agama adalah James dan Hall, Edwin Starbuck (1866-1947), dan James Leuba (1868-1946). Kajian-kajian para ilmuwan tersebut di antaranya mengkaji tentang pengalaman beragama (Nelson, 2009).

Apabila diperdalam dengan kajian ilmu pengetahuan psikologi Islam pada keadaan yang demikian dinamakan dengan kebahagiaan hati. Kebahagiaan hati merupakan kebahagiaan bersama Allah, mencintai Allah. Kebahagiaan tersebut terbesit dalam bisikan hati. Hal yang demikian sebagaimana firman Allah Swt dalam al-Qur'an surat ar-Ra'du: 36:

Orang-orang yang telah Kami berikan kitab kepada mereka bergembira dengan kitab

yang diturunkan kepadamu, dan di antara golongan golongan (Yahudi dan Nasrani) yang bersekutu, ada yang mengingkari sebagiannya. Katakanlah Sesungguhnya aku hanya diperintah untuk menyembah Allah dan tidak mempersekutukan sesuatu pun dengan Dia. Hanya kepadaNya aku seru manusia dan hanya kepadaNya aku kembali (Q.S ar-Ra'du, 13: 36).

Kebahagiaan bagi orang beriman adalah kebahagiaan dengan taat kepada Allah dan Rasul Saw. Menurut Abu Said Al-Khudriy, Allah memberikan keutamaan pada al-Qur'an dan kebahagiaan bagi yang meyakiniNya dan membacanya. Menurut Hilal Ibnu Yusuf, Allah memberikan kebahagiaan pada seseorang yang meyakini kebenaran agama Islam dan mengamalkannya. Orang tersebut menjadikan al-Qur'an sebagai petunjuk hidupnya. Kebahagiaan tersebut tidak ada perbandingannya dengan kepemilikan harta seperti emas atau perak ('Abdilah, n.d.).

Program yang lain peneliti perdalam untuk digali perbedaannya, utamanya dari informan yang berbeda. Program tersebut adalah program "Top Up Iman" (Tuman) yang dikemas dengan tausiyah dengan didampingi oleh presenter. Narasumber yang peneliti ambil sebagai sampel adalah narasumber perempuan. Peneliti menanyakan bagaimana penampilan narasumber I dari sisi pakaiannya. Menurut informan, narasumber I penampilannya kurang serasi.

Selanjutnya peneliti menanyakan pada informan bagaimana metode penyampaian narasumber I dalam membawakan dakwah religinya, apakah komunikatif dengan pemirsanya atau tidak? Menurutnya, apa yang

disampaikan narasumber I cukup komunikatif. Kekurangannya suara yang dibawakan kurang keras. Sedangkan, kelebihan narasumber I ialah ketika menyampaikan selalu menampilkan dengan senyum sehingga pemirsa juga merasa senang untuk menikmatinya. Sisi lain narasumber I juga memiliki bakat untuk menjadi narasumber dakwah agama di TV. Selain itu, peneliti tanyakan tentang materi yang disampaikan pada bulan puasa. Menurut informan, materi kurang tepat disampaikan pada bulan puasa.

Dalam paradigma psikologi dakwah, tausiyah di TV dengan program "Top Up Iman" (*Tumon*) merupakan dakwah yang dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan. Menyaksikan dakwah di TV juga dapat meneguhkan keimanan. Hanya saja, permasalahannya karena menyaksikan dakwah di TV biasanya individual, sehingga dampaknya masih terasa individual dari pada kolektif.

Dakwah religi di TV sebenarnya juga merupakan bagian dari menuntut ilmu yang dianjurkan dalam agama Islam. Dalam kajian kitab klasik ada tema keutamaan ilmu, ulama, dan keutamaan orang yang belajar serta mengajarkan ilmu pengetahuan. Allah berfirman dalam al-Qur'an dalam surat *Al-Mujadalah* ayat 11: *Allah akan mengangkat derajat orang-orang yang beriman dan orang-orang yang menuntut ilmu.*

Ayat di atas dijelaskan oleh Muhammad Khisom Hadziq bahwa Allah akan mengangkat derajat orang-orang yang memiliki ilmu, mengajarkannya dan mengamalkannya. Menurut Ibnu Abbas bahwa derajatnya ulama di atas derajatnya orang-orang yang beriman. Begitu juga para

Malaiikat akan memberikan apresiasi dan memuji bagi orang-orang yang senantiasa menuntut ilmu dan mengamalkannya (Khadziq, n.d.).

Sebenarnya tema-tema tentang kajian perilaku kehidupan manusia dalam psikologi agama juga sudah banyak dikaji oleh para ilmuwan psikologi. Menurut Greeley perilaku interaksi seseorang ataupun pengalaman kehidupan seseorang dalam kehidupan sehari-hari dapat dikaitkan dengan psikologi agama. Sebagai contoh interaksi ataupun perilaku yang dianggap sebagai bagaian dari ajaran agama. Perilaku tersebut dapat dikaji dengan tema *self* yang berinteraksi dengan yang lain (Kirkpatrick, 2005).

Keyakinan tentang kebenaran ajaran agama dan melaksanakannya akan mendapatkan pahala dari Tuhan merupakan tujuan dan makna hidup tersendiri bagi orang tersebut. Tujuan seseorang merupakan produksi dari pikiran orang tersebut sebagai dari efek kesejahteraan psikologis yang dapat dijadikan sebagai sumber makna hidup. Dalam kajian psikologi, tujuan, nilai dan motivasi yang dimiliki oleh seseorang merupakan komponen dari makna hidup seseorang. Komponen komponen tersebut menyediakan bimbingan, orientasi, dan tujuan hidup seseorang dalam menjalankan kehidupan sehari hari (Emmons, 2005). Tujuan hidup yang demikian ditemukan oleh seseorang yang taat terhadap agamanya.

Dengan demikian, menuntut ilmu melalui TV juga merupakan bagian perilaku yang diajarkan dalam agama Islam. Begitu juga berdakwah religi di TV dengan segala kekurangan

dan kelebihan di era global merupakan perilaku ibadah yang diajarkan oleh nabi. Dakwah di era global dan digital tidak harus kumpul dengan anggota masyarakat yang banyak. Dakwah di era digital salah satunya menggunakan media TV dapat dinikmati oleh ribuan orang dengan santai dan rileks di rumah masing masing. Dakwah digital juga akan menunjang efektifitas pesan dan makna yang diperoleh masyarakat juga semakin luas (Budiantoro, 2017).

### **Simpulan**

Dakwah ramadhan di TV dalam kajian psikologi Islam merupakan bagian dari perilaku yang diajarkan dalam agama Islam. Dakwah ramadhan di TV memiliki kekurangan dan kelebihan tersendiri. Kelebihan dakwah Ramadhan di TV dapat menjangkau wilayah yang luas dan banyak orang. Hal tersebut bergantung dengan kekuatan stasiun chanel TV. Sebaliknya, dakwah di TV bagi pemirsa kurang suasana interaktif dengan sesama muslim yang menikmati dakwah tersebut. Orang hanya bisa menyaksikannya saja. Dapat berinteraksi dengan narasumber apabila diadakan tanya jawab melalui *online*.

Sisi lain bagi seseorang yang belum pernah berdakwah di depan kamera akan mengalami kecemasan, grogi dan lain sebagainya. Kondisi yang demikian dapat diantisipasi dengan ilmu psikologi Islam untuk menumbuhkan kepercayaan diri dan motivasinya. Berbagai cara seperti diawali dengan berdoa, mempersiapkan materi dengan matang dan latihan. Keadaan yang demikian akan membuat lebih sempurna ketika melakukan dakwah didepan kamera TV.

Psikologi Islam merupakan ilmu integrasi antara psikologi umum dengan ajaran agama Islam yang ada dalam al-Qur'an, hadist serta pendapat para ulama. Ajaran agama Islam apabila dikaji secara psikologis tidak hanya berorientasi pada kebahagiaan *ukhrowi* saja. Ajaran agama Islam juga memiliki nilai-nilai ruh kebutuhan psikis manusia. Ketika seseorang memiliki gangguan stress, emosi, cemas, kurang percaya diri sebagaimana para narasumber yang belum terbiasa berdakwah di layar kaca merasa grogi, cemas, ataupun kurang percaya diri dapat diatasi dengan berdoa terlebih dahulu dan latihan sebelum tampil. Hal yang demikian merupakan sebagian kecil dari nilai-nilai ajaran agama Islam.[k]

### Daftar Pustaka

- 'Abdilah, I. S. A. (n.d.). *Ar Ruh*. Kuluhul Alfikr.
- Akhyar, T. (n.d.). *Penyiaran Islam Melalui TV*. Samalang: Institut Agama Islam Al Aziziyah.
- Bahonar, N. (n.d.). *In The Name of God, Television Religious Program and Audience Reception: A Comparative Study on Iranian TV Islamic Program and Electronic Chursh*. Teheran: Imam Sadegh University.
- Bicer, R. (2011). The Important of The TV on The Religious Understanding of Turkish People. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 177-183.
- Budiantoro, W. (2017). Dakwah di Era Digital. *Komunika*, Vol. 11, N.
- Chambers, R. (1996). *PRA Participatory Rural Appraisal Memahami Desa Secara Partisipatif*. Yogyakarta: Kanisius.
- Chevalier, J. M., & Buckles, D. J. (2013). *Handbook for Participatory Action Research, Planing and Evaluation*. Pennsylvania: SAS Dialogue.
- Emmons, R. A. (2005). Striving for the Sacred: Personal Goals, Life Meaning, and Religion. *Journal of Social Issues*, 61(4), 731-745.
- Herawati, E. (2014). Etika dan Fungsi Media dalam tayangan Televisi: Studi pada Program Acara Yik Keep Smile di Trans TV. *Humaniora*, 6(1), 1-10.
- Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Religion, A Theory of The Media as Agents of Religious Change. *Northern Lights*, 6, 1-22. <https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9/1>
- al-Irbily, A. S. M. A. al-K. (n.d.). *Tanwirul Al-Qulub*. Semarang: Toha Putra.
- Joshi, S., Kumari, S., & Jain, M. (2008). Religious Belief and Its Relation to Psychological Well Being. *Journal of the Indian Academy of Applied Psychology*, 34(2), 345-354.
- Khadziq, M. 'I. (n.d.). *Adab al-'Alim wa Muta'alim*. Jombang: Maktabah al-Turasi al-Islamiyi.
- Kirkpatrick, L. A. (2005). *Attachment, Evolution, and The Psychology of Religion*. New York: The Guilford Press.
- Koenig, (n.d.). *Religion and Watching Television, Religion and Television*. Nijmegen: Radboud University Nijmegen.
- al-Nawawi, S. A.-I. M. A. Z. ibnu S. (n.d.). *Riyadh al-Shalihin*. Wara Ihyail al Kitabil 'Arabiyah.
- Nelson, J. M. (2009). *Psychology, Religion, and Spirituality*. Springer.
- Noonan. (2008). *Catriona The Production of Religious Broadcasting: The Case of BBC*. University of Glasgow.

- Ofim, N. S. D. (1998). *Pengalaman dan Motivasi Beragama Pengantar Psikologi Agama Edisi Kedua*. Yogyakarta: Kanisius.
- Ramaraju. (2012). Psychological Perspectives on Interpersonal Communication, *Journal of Arts, Science & Commerce*, 3(4 (2)), 1–6.
- al Syarwi, Q. I. J. (2016). *Fikih Humor*. Pati: Mutamakin Press.
- Sofjan, D., & Hidayati, M. (2013). *Religion and Television in Indonesia Ethics Surrounding Dakwahtainment*. Globethic.Net.
- Sya'roni. (2009). *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat Paradigma Aksi Metodologi*, Editor, (M. A. Aziz, R. Suhartin, & A. Halim (eds.)). Yogyakarta: LKiS.
- Utami, M. S. (2009). Keterlibatan dalam Kegiatan dan Kesejahteraan Subjektif Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 36(2), 144–163.